

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کار آفرینی: دیدگاه فرایندی

نویسندگان:

رابرت بارن

اسکات شین

ترجمه:

دکتر محمد رضا زالی

استادیار دانشگاه تهران

رضوان ولایتی

کارشناس ارشد دانشگاه تهران



شماره مسلسل ۸۱۶۰

شماره انتشار ۳۵۳۹

انتشارات دانشگاه تهران

Baron, Robert A	بارن، رابرت ا.	ترجمه
کارآفرینی: دیدگاه فرایندی / نویسندگان رابرت بارن، اسکات شین؛ ترجمه محمدرضا زالی، رضوان ولایتی.	کارآفرینی	عنوان و نام پدیدآور
تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۳.	شخصیات نشر	موضوع
۷۲۰ ص: مصور، جدول، نمودار.	شخصیات ظاهری	موضوع
انتشارات دانشگاه تهران: شماره انتشار ۳۵۳۹.	فروخت	موضوع
978-964-03-6652-3	شابک	موضوع
فیا	وضعیت فهرست نویسی	موضوع
Entrepreneurship : a process perspective, Ze	یادداشت	یادداشت
[ed].. c2008.	یادداشت	یادداشت
کتابنامه.	موضوع	موضوع
کارآفرینی	موضوع	موضوع
کتاب و کارهای جدید	موضوع	موضوع
شین، اسکات. ۱۹۶۴ - م.	شناسه افزوده	شناسه افزوده
Shane, Scott Andrew	شناسه افزوده	شناسه افزوده
زالی، محمدرضا. ۱۳۴۸ - مترجم.	شناسه افزوده	شناسه افزوده
ولایتی، رضوان. ۱۳۶۴ - مترجم.	شناسه افزوده	شناسه افزوده
دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات	شناسه افزوده	شناسه افزوده
۱۳۹۳ ک ۲ ب ۶۸۵ / HB	رده بندی کنگره	رده بندی کنگره
۳۳۸ / ۴	رده بندی دیویی	رده بندی دیویی
۳۵۴۹۴۳۳	شماره کتابشناسی ملی	شماره کتابشناسی ملی

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل های pdf، لوح فشرده، باز نویسی در وبلاگ ها، سایت ها، مجله ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می شود.

ISBN: 978-964-03-6652-3



9 789640 366523

عنوان: کارآفرینی: دیدگاه فرایندی

تألیف: رابرت بارن - اسکات شین

ترجمه: دکتر محمدرضا زالی، رضوان ولایتی

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۳

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مترجمان است»

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است»

بها: ۳۵۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: http://press.ut.ac.ir

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۴۳۸۷۱۲

فهرست مطالب

ق	مقدمه مترجمین
م	مقدمه نویسندگان: راهنمای استفاده از کتاب
ه	خلاصه سوابق کاری نویسندگان
۱	بخش اول
۱	کارآفرینی: چه کسانی، چه چیزی، چرا؟
۳	فصل اول
۳	کارآفرینی: رشته علمی، نوعی فعالیت و سبک زندگی
۳	هدف‌های آموزشی
۷	رشته علمی کارآفرینی: ماهیت و منشأ
۱۱	تبیین و توسعه جدیدی از مفهوم کارآفرینی
۱۲	کارآفرینی سازمانی
۱۲	کارآفرینی: ابزار رشد اقتصادی
۱۶	قلمرو علمی کارآفرینی: رشته‌ای استوار بر دیگر رشته‌ها
۱۸	آنچه کارآفرینان می‌دانند در مقایسه با آنچه باید بدانند: به کارگیری اصول پژوهش در عمل
۲۰	نکات مهم
۲۰	کارآفرینی: دیدگاه فرایندی
۲۶	سطوح تجزیه و تحلیل: سطح خرد در برابر سطح کلان
۲۷	تأثیر احتمالی عوامل ژنتیکی و زیستی: غایت دیدگاه "خرد"
۲۹	عوامل گروهی و اجتماعی
۲۹	کارآفرینی: اشتراک فرصت‌های ارزشمند و افراد خطرپذیر
۳۱	نکات مهم
۳۱	موضوعات اساسی: مسائل و پرسش‌های جدید
۳۲	انتقال فناوری دانشگاهی: نقش دانشگاه‌ها در توسعه کارآفرینی
۳۳	مراکز رشد و پارک‌های علمی: کمک به رشد کسب‌وکارهای جدید
۳۴	شناخت کارآفرینانه: کاوش در ذهن کارآفرینان
۳۵	نکات مهم
۳۶	منابع دانش کارآفرینی: چگونه به دانش فعلی خود دست یافته‌ایم؟
۳۷	مشاهده، تفکر و آزمایش: روش‌های بدیل برای دستیابی به دانش
۴۰	مورد کاوی
۴۲	آزمایش: کسب دانش از طریق مداخله

۴۴	نظریه: پاسخ به "چرایی" و "چگونگی"
۴۸	نکات مهم
۴۸	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۵۰	پرسش‌هایی برای بحث
۵۱	تمرین عملی
۵۲	پاسخ به پرسش‌هایی درباره کارآفرینی: تمرینی برای تفکر همانند یک پژوهشگر
۵۳	مورد کاوی ۱
۵۳	کارآفرینی به عنوان رشته‌ای علمی، نوعی فعالیت و سبک زندگی
۵۵	پرسش‌ها
۵۷	فصل دوم
۵۷	منشأ، انواع و تناسب فرصت‌های کارآفرینانه با کسب‌وکارهای جدید
۵۷	هدف‌های آموزشی
۶۰	منابع فرصت: منشأ کسب‌وکارهای جدید
۶۲	تغییرات فناورانه
۶۳	تغییرات سیاسی و قانونی
۶۴	تغییرات اجتماعی و جمعیت‌شناختی
۶۷	نکات مهم
۶۸	انواع فرصت: مفاهیمی فراتر از محصولات و خدمات جدید
۷۱	نکات مهم
۷۲	صنایع حامی شرکت‌های جدید: زمینه‌های مطلوب برای سرمایه‌گذاری‌های جدید
۷۳	شرایط دانش: چگونگی تولید و اشتراک دانش
۷۶	شرایط تقاضا: انواع خاصی از بازارها که حامی کسب‌وکارهای جدید هستند
	چرخه حیات صنعت: در مقایسه با صنایع بالغ، کسب‌وکارهای جدید در صنایع جوان اغلب
۷۸	عملکرد بهتری خواهند داشت
۸۰	ساختار صنعت: رقابت و اندازه شرکت‌های رقیب
۸۴	نکات مهم
۸۵	فرصت‌های مطلوب برای شرکت‌های جدید
۸۶	اغلب فرصت‌ها به سود شرکت‌های تثبیت شده است
۸۶	فرصت‌هایی که به سود شرکت‌های جدید است
۹۵	نکات مهم
۹۵	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۹۸	پرسش‌هایی برای بحث

۹۸.....	تمرین عملی.....
۹۸.....	شکار فرصت‌ها: کسب مهارت‌ها.....
۱۰۱.....	مورد کاوی ۲.....
۱۰۱.....	فعالیت‌های کارآفرینانه: منشأ، انواع و مطلوبیت کسب‌وکارهای جدید.....
۱۰۴.....	پرسش‌ها.....
۱۰۵.....	فصل سوم.....
۱۰۵.....	مبانی شناختی کارآفرینی: خلاقیت و تشخیص فرصت.....
۱۰۵.....	هدف‌های آموزشی.....
	عوامل اصلی خلاقیت و تشخیص فرصت: سیستم‌های شناختی که امکان ذخیره‌سازی و بهره‌گیری از اطلاعات را فراهم می‌آورند.....
۱۰۹.....	حافظه: سیستم شناختی برای ذخیره‌سازی اطلاعات.....
۱۱۰.....	به‌کارگیری و تبدیل اطلاعات: نقش جاذب‌های شناختی.....
۱۱۲.....	ظرفیت محدود مغز در پردازش اطلاعات و نقش آن در خطاهای شناختی.....
۱۱۴.....	نکات مهم.....
۱۲۱.....	خلاقیت: گریز از قالب‌های ذهنی.....
۱۲۲.....	خلاقیت: ایجاد نامتعارف‌ها.....
۱۲۲.....	مفاهیم: عناصر اصلی خلاقیت.....
۱۲۷.....	خلاقیت و هوش انسانی.....
۱۳۰.....	تشویق خلاقیت: رویکرد تلافی.....
۱۳۲.....	نکات مهم.....
۱۳۳.....	تشخیص فرصت: دیدگاه شناختی.....
۱۳۴.....	دسترسی به اطلاعات و به‌کارگیری مؤثر آنها: محور تشخیص فرصت‌ها.....
۱۳۴.....	دسترسی بهتر به اطلاعات.....
۱۳۵.....	برتری در به‌کارگیری اطلاعات.....
	جنبه‌های دیگر تشخیص فرصت: جست‌وجوی فعالانه، هوشیاری، دانش پیشین و شبکه اجتماعی.....
۱۳۵.....	ارزیابی شعور متعارف: بن‌ورهای عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی.....
۱۴۰.....	تشخیص فرصت به عنوان تشخیص الگو:.....
۱۴۲.....	آیا کارآفرینان با ایجاد ارتباط میان رخداد‌های به ظاهر نامربوط، فرصت راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید را تشخیص می‌دهند؟.....
۱۴۲.....	آموزش کارآفرینان برای تشخیص بهتر فرصت‌ها.....
۱۴۴.....	نکات مهم.....
۱۴۶.....	

۱۴۶	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۱۴۸	پرسش‌هایی برای بحث
۱۴۸	تمرین عملی
۱۴۸	الگوی اولیه (چارچوب شناختی) شما از واژه فرصت چیست؟
۱۴۹	ارتباط‌سازی: توجه به ارتباط میان پدیده‌ها گام مهمی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه
۱۵۰	تکنیک‌های افزایش توان تشخیص فرصت‌ها
۱۵۲	مورد کاوی ۳
۱۵۲	مبنای شناختی کارآفرینی: خلاقیت و شناسایی فرصت‌ها
۱۵۵	پرسش‌ها
۱۵۷	بخش دوم
۱۵۷	گردآوری منابع
۱۵۹	فصل چهارم
۱۵۹	آنچه کارآفرینان پیش از شروع باید بدانند
۱۵۹	کسب اطلاعات بازار، رقبا و قوانین دولتی
۱۶۲	هدف‌های آموزشی
۱۶۳	امکان‌سنجی: آیا ایده مورد نظر قابل اجراست؟
۱۶۴	امکان‌سنجی محصول یا خدمت جدید
۱۶۴	امکان‌سنجی صنعت یا بازار
۱۶۴	تحلیل رقبا: رقبا، فعلی و احتمالی
۱۶۵	امکان‌سنجی سازمانی: آیا گروه بنیانگذاران از مهارت‌های مدیریتی کافی برخوردارند؟
۱۶۶	امکان‌سنجی مالی
۱۶۷	ارزیابی شعور متعارف: باورهای عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی
۱۶۷	نکات مهم
۱۶۹	اطلاعات بازار: تعیین خواسته‌های واقعی مشتریان
۱۷۰	روش‌های مستقیم در گردآوری اطلاعات بازار: نظرسنجی، نقشه ادراکی و گروه‌های کانونی
۱۷۰	نظرسنجی از مشتریان
۱۷۲	نقشه ادراکی: شناسایی ابعاد مهم محصول
۱۷۳	گروه‌های کانونی: روشی برای شناخت نحوه ارزیابی محصولات توسط مشتریان
۱۷۵	روش‌های غیرمستقیم برای گردآوری اطلاعات بازار: کارآفرینان در نقش کارآگاهان خصوصی
۱۷۷	نکات مهم
۱۷۷	مقررات و سیاست‌های دولت و تأثیر آنها بر کسب‌وکارهای جدید
۱۷۸	مالیات: یکی از دغدغه‌های اصلی کارآفرینان

۱۷۸	نرخ نهایی مالیات
۱۷۹	اشکال قانونی کسب و کارهای جدید و نرخ مالیات
۱۷۹	مشق‌های مالیاتی
۱۸۱	سیاست دولت: سیاست‌های مطلوب برای کسب و کارهای جدید
۱۸۲	حمایت دولت از نوآوری
۱۸۳	کارآفرینان اقلیت
۱۸۴	نکات مهم
۱۸۴	مقررات دولتی: آنچه تمام کارآفرینان باید بدانند
۱۸۵	مقررات مربوط به ایمنی و بهداشت کارکنان (اوشا)
۱۸۶	قوانین ایجاد فرصت‌های استخدامی برابر: حمایت از کارکنان در مقابل تبعیض
۱۹۰	نکات مهم
۱۹۰	تفسیر اطلاعات: دام‌های بالقوه در گروه‌های تصمیم گیرنده
۱۹۱	قطب‌گرایی گروهی: دلایل افراط و تفریط در گروه‌ها
۱۹۳	گروه فکری: انسجام نامطلوب بین اعضای گروه
۱۹۶	پردازش متعصبانه اطلاعات در گروه‌ها
۱۹۷	بهبود تصمیم گروهی: شیوه‌های مقابله با دام‌های موجود در این زمینه
۱۹۸	نکات مهم
۱۹۸	خلاصه فصل و مروری بر مطالب مهم
۲۰۰	پرسش‌های برای بحث
۲۰۱	تمرین عملی
	کارآفرینان در نقش کارآگاه: به کارگیری روش‌های غیر مستقیم برای کسب اطلاعات
۲۰۱	بازاریابی
۲۰۲	بهبود تصمیمات گروهی
۲۰۳	مورد کاوی ۴
۲۰۳	آنچه کارآفرینان باید پیش از هر اقدامی بدانند: کسب و تفسیر اطلاعات بازار، رقبا، و دولت
۲۰۵	پرسش‌ها
۲۰۷	فصل پنجم
۲۰۷	تیم سازی: جذب و به کارگیری منابع انسانی کلیدی
۲۰۷	هدف‌های آموزشی
۲۱۱	تیم مؤسس کسب و کارهای جدید: مبنای موفقیت
۲۱۴	خود ارزیابی: اهمیت شناخت داشته‌ها در تعیین نیازها
۲۱۷	سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی: منابع اصلی در گروه بنیانگذاران

۲۱۷	ارزیابی شعور متعارف: باور های عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی
۲۲۰	نکات مهم
۲۲۰	گامی فراتر از گروه بنیانگذاران: هیأت مدیره، کارکنان اصلی، مشاوران
۲۲۱	هیأت مدیره
۲۲۱	استخدام کارکنان اصلی
	آیا اندازه بزرگتر سازمان، الزاماً مفید است: تعداد کارکنان به منزله عامل مؤثر در رشد
۲۲۳	کسب و کارهای جدید
۲۲۳	استخدام دائمی یا موقت: تعهد در برابر هزینه
۲۲۵	مشاوران
۲۲۶	سرمایه گذاران، مشاوران استخدامی و طرح های دولتی
۲۳۱	نکات مهم
	به کارگیری منابع انسانی در کسب و کارهای جدید: ایجاد روابط کاری قوی میان گروه
۲۳۱	بنیانگذاران
۲۳۲	نقش ها: وضوح بالاتر، مطلوبیت بیشتر
۲۳۳	نکته های در مورد تعارض نقش ها
۲۳۴	ندای تجربه
۲۳۴	چرا خانواده شما باید بخشی از تیم یا حداقل همراه شما باشد
۲۳۶	عدالت ادراکی: عنصری مهم اما مهم
۲۳۹	ارتباطات اثر بخش
۲۴۲	نکات مهم
۲۴۲	حفظ گران بهاترین منابع انسانی در کسب و کارهای جدید: مدیریت فشار روانی کارآفرینان
۲۴۳	ماهیت و علل فشار روانی
۲۴۵	اثرات مخرب فشار روانی: چرا فشار روانی به طور معمول خطرناک تلقی می شود
۲۴۶	روش های فردی برای مدیریت اثر بخش فشار روانی
۲۴۹	نکات مهم
۲۵۰	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۲۵۲	پرسش هایی برای بحث
۲۵۳	تمرین عملی
۲۵۳	از نظر "ابعاد پنج گانه شخصیتی" چگونه فردی هستید؟
۲۵۳	انتخاب شرکای مناسب
۲۵۵	تشکیل هیأت مدیره مناسب
۲۵۶	کاهش ضریب فشار روانی و نگرانی
۲۵۷	مورد کاوی ۵

تشکیل تیم بنیانگذاران: جذب و به کارگیری سرمایه انسانی مورد نیاز.....	۲۵۷
پرسش ها.....	۲۵۹
فصل ششم.....	۲۶۱
تأمین و مدیریت منابع در مالی کسب و کارهای جدید.....	۲۶۱
هدف های آموزشی.....	۲۶۱
مدیریت منابع مالی در کسب و کارهای جدید: اصول اساسی مدیریت مالی.....	۲۶۳
ارزیابی وضعیت مالی فعلی در کسب و کارهای جدید: صورت های مالی پیشین.....	۲۶۴
پیش بینی نتایج مالی برای کسب و کارهای جدید.....	۲۷۰
نکات مهم.....	۲۷۱
دلایل دشواری جذب سرمایه برای کسب و کارهای جدید.....	۲۷۲
مسئله عدم تقارن اطلاعاتی: اطلاعات کارآفرینان در مورد کسب و کار جدید بیشتر از اطلاعات سرمایه گذاران است.....	۲۷۲
عدم قطعیت: مشکل پیش بینی موفقیت کسب و کارهای جدید.....	۲۷۴
ارزیابی شعور متعارف: باور های عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی.....	۲۷۴
راهکارهای حل مشکلات تأمین مالی در کسب و کارهای جدید.....	۲۷۵
تأمین مالی با سرمایه شخصی.....	۲۷۶
شرایط مندرج در قراردادهای.....	۲۷۷
تخصص گرایی.....	۲۷۸
سرمایه گذاری با تمرکز بر مناطق جغرافیایی ویژه.....	۲۷۸
تشکیل اتحادیه.....	۲۷۹
نکات مهم.....	۲۸۰
میزان و منابع سرمایه: کسب و کارهای جدید چه میزان و چه نوعی از سرمایه نیاز دارند؟.....	۲۸۰
میزان و زمان جذب سرمایه اولیه.....	۲۸۰
برآورد نیازهای مالی: هزینه های راه اندازی، پیش نویس صورت مالی، صورت جریان وجوه نقد و تحلیل نقطه سربه سر.....	۲۸۳
هزینه های راه اندازی و مصرف درآمدها.....	۲۸۳
پیش نویس صورت های مالی.....	۲۸۳
صورت جریان وجوه نقدی.....	۲۸۴
تحلیل نقطه سربه سر به سر.....	۲۸۷
انواع سرمایه: وام در مقابل سهام.....	۲۸۷
منابع سرمایه.....	۲۸۹
پس انداز.....	۲۸۹

۲۹۰	خانواده و دوستان
۲۹۰	فرشتگان کسب و کار
۲۹۱	سرمایه گذاران خطرپذیر
۲۹۷	شرکت‌ها
۲۹۴	بانک‌ها
۲۹۴	وام‌دهی بر اساس دارایی‌ها
۲۹۴	عاملان فروش
۲۹۴	برنامه‌های دولتی
۲۹۷	نکات مهم
۲۹۷	ساختار تأمین مالی در کسب و کارهای جدید
۲۹۷	فرایند تأمین مالی از طریق سهام
۲۹۹	مرحله‌بندی فرایند تأمین مالی
۳۰۱	هزینه سرمایه
۳۰۳	نکات مهم
۳۰۴	سرمایه اجتماعی و جنبه رفتاری در تأمین مالی کسب و کارهای جدید
۳۰۵	روابط اجتماعی و فرایند جذب سرمایه
۳۰۶	رفتار و اقداماتی که سرمایه گذاران را به سرمایه گذاری ترغیب می‌کند
۳۰۷	نکات مهم
۳۰۸	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۳۱۰	پرسش‌هایی برای بحث
۳۱۰	تمرین عملی
۳۱۲	محاسبه نقطه سر به سر فروش
۳۱۲	هزینه سرمایه
۳۱۳	مورد کاوی ۶
۳۱۳	منابع مالی کسب و کارهای جدید: چگونگی تامین و مدیریت منابع مالی
۳۱۴	پرسش‌ها:
۳۱۷	فصل هفتم
۳۱۷	تدوین طرح کسب و کار اثربخش: ایجاد نقشه راه موفقیت
۳۱۷	هدف‌های آموزشی
۳۲۱	دلایل تدوین طرح کسب و کار
۳۲۱	مزایای طرح کسب و کار برای گروه بنیانگذاران: ارزش اهداف روشن
۳۲۲	طرح کسب و کار: رویکردی جایگزین

۳۲۳	نکات مهم
۳۲۴	طرح کسب و کار به عنوان ابزاری برای تأمین مالی
۳۲۶	اجزای طرح کسب و کار: الزامات اساسی
۳۲۹	خلاصه مدیریتی
۳۳۲	پیشینه، محصول و فرصت
۳۳۳	تحلیل بازار
۳۳۵	توسعه، تولید و موقعیت شرکت
۳۳۶	تیم مدیریت
۳۳۶	برآوردها و طرح‌های مالی
۳۳۹	ریسک‌های خطرناک: شرحی بر مشکلات احتمالی
۳۴۱	کسب نتایج: بهره‌برداری و خروج
۳۴۲	زمان‌بندی و نقاط عطف
۳۴۳	ضمانت
۳۴۳	نکاتی در مورد مفاهیم ناملموس
۳۴۵	نکات مهم
۳۴۶	نحوه ارزیابی طرح‌های کسب و کار توسط سرمایه‌گذاران: شناسایی عوامل اساسی
۳۴۸	ارزیابی شعور متعارف: باورهای عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی
۳۵۱	نکات مهم
۳۵۱	ارائه اثر بخش طرح کسب و کار: اکنون نوبت شماست
۳۵۵	نکات مهم
۳۵۶	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۳۵۷	پرسش‌هایی برای بحث
۳۵۸	تمرین عملی
۳۵۸	تدوین خلاصه مدیریتی مطلوب
۳۵۹	شرح سوابق تیم مدیریت در کسب و کارهای جدید - و جلب نظر مساعد سرمایه‌گذاران
۳۶۰	مورد کاوی ۷
۳۶۰	تدوین طرح کسب و کار اثر بخش: نقشه راه برای دستیابی به موفقیت
۳۶۳	پرسش‌ها
۳۶۵	بخش سوم
۳۶۵	راه اندازی کسب و کارهای جدید
۳۶۷	فصل هشتم
۳۶۷	مسائل حقوقی در کسب و کارهای جدید: حفظ شهرت، دارایی‌ها و ایده‌ها

۳۷۰	مسائل حقوقی و اخلاقی در راه اندازی کسب کارهای جدید: حفظ اعتبار شغلی
۳۷۰	مسائل حقوقی مرتبط با کارفرمایان سابق
۳۷۳	مالکیت کسب و کار جدید: توافق مؤسسان
۳۷۴	نکات مهم
۳۷۴	انتخاب ساختار حقوقی در کسب و کار جدید: محافظت از دارایی های خود
۳۷۵	مالکیت انحصاری: یک شرکت، یک مالک
۳۷۶	شراکت: اشکال متفاوت، مزایای متفاوت
۳۷۸	شراکت محدود
۳۷۹	سایر اشکال شراکت: شراکت با مسئولیت محدود
۳۷۹	نکات مهم
۳۷۹	شرکت های سهامی: مسئولیت محدود اما هزینه بر
۳۸۱	مزایای شرکت های سهامی
۳۸۱	معایب شرکت های سهامی
۳۸۲	شرکت های سهامی نوع S
۳۸۳	شرکت با مسئولیت محدود
۳۸۳	شرکت های سهامی تخصص
۳۸۵	نکات مهم
۳۸۵	محیط حقوقی کسب و کارهای جدید: برخی از اصول اولیه
۳۸۵	قراردادهای کسب و کار و عناصر اصلی آنها
۳۸۶	عناصر اصلی قراردادها
۳۸۶	الزامات قراردادها
۳۸۷	مسائل حقوقی مرتبط با تجارت اینترنتی
۳۹۰	اخذ نمایندگی: یکی از روش های جایگزین برای راه اندازی کسب و کارهای جدید
۳۹۲	انواع نمایندگی ها
۳۹۲	مزایای اخذ امتیاز فعالیت های تجاری / تشکیل نمایندگی
۳۹۳	آموزش و پشتیبانی
۳۹۳	محصولات و خدمات استاندارد شده
۳۹۴	تبلیغ در سطح ملی
۳۹۴	قدرت خرید
۳۹۴	کمک مالی
۳۹۵	انتخاب مکان و حمایت محلی
۳۹۵	مدل کارآمد کسب و کار
۳۹۵	معایب تشکیل نمایندگی

۳۹۵	هزینه‌های دریافت نمایندگی
۳۹۶	استاندارد سازی اجباری
۳۹۶	محدودیت در خرید مواد لازم و تولید
۳۹۷	برنامه‌های آموزشی کارآمد
۳۹۷	اشباع بازار
۳۹۸	آیا اخذ نمایندگی، روش مناسبی برای راه‌اندازی کسب‌وکار شماست؟
۳۹۹	جنبه‌های حقوقی اعطای نمایندگی
۴۰۱	ارزیابی شعور متعارف، باورهای عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی
۴۰۲	نکات مهم
۴۰۳	مالکیت فکری: حفظ ایده‌های شخصی
۴۰۳	توسعه محصولات جدید: یکی از اندک مزایای کسب‌وکارهای جدید نسبت به شرکت‌های بزرگ
	اعتماد و اعتماد بیش از حد کارآفرینان: یکی از دیگر دلایل اهمیت حمایت از مالکیت فکری
۴۰۵	روش‌های حقوقی حفظ دارایی‌های فکری
۴۰۶	ثبت اختراع
۴۱۰	نشان‌های تجاری
۴۱۱	حقوق انحصاری آثار
۴۱۲	اسرار تجاری
۴۱۵	روش‌های مدیریتی برای حفظ دارایی‌های فکری
۴۱۵	منتحنی یادگیری، مزیت ناشی از ورود زود هنگام و مزیت اول بودن
۴۱۸	دارایی‌های مکمل
۴۲۰	نکات مهم
۴۲۰	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۴۲۲	پرسش‌هایی برای بحث
۴۲۳	تمرین عملی
۴۲۳	انتخاب بهترین ساختار حقوقی برای کسب‌وکار جدید
۴۲۴	آیا اخذ امتیاز نمایندگی روش مطلوبی برای راه‌اندازی کسب‌وکار شماست؟
۴۲۵	آیا شما می‌توانید گواهی ثبت اختراع خود را کسب کنید؟
۴۲۵	کسب نشان تجاری
۴۲۶	مورد کاوی ۸
۴۲۶	مسائل حقوقی مرتبط با کسب‌وکارهای جدید: حفظ شهرت، دارایی‌ها و ایده‌ها
۴۲۸	پرسش‌ها :

۴۲۹	فصل نهم
۴۲۹	بازاریابی در کسب‌وکارهای جدید
۴۳۳	ارزیابی بازار: شناخت نیازهای مشتریان و تأمین آن
۴۳۳	محصولات یا خدمات جدید چه نیازهایی را تأمین خواهد کرد؟
	محصولات و خدمات جدید چگونه نیازهای مشتریان را تأمین خواهند کرد؟ ارزیابی ترجیحات مشتریان
۴۳۸	تحلیل متغیر: تعیین مهم‌ترین ابعاد از دیدگاه مشتریان
۴۴۲	ارزیابی شعور متعارف: باورهای عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی
۴۴۷	نکات مهم
۴۴۷	پویایی بازار: چگونگی و اهمیت تغییرات بازار از دید کارآفرینان
۴۴۸	شناخت بازار: اهمیت اندازه و رشد بازار
۴۴۹	زمان‌بندی بازار: منحنی
۴۵۲	نکات مهم
۴۵۲	کسب پذیرش بازار: چگونگی دستیابی کسب‌وکارهای جدید به مشتریان مورد نیاز
	الگوهای پذیرش: کدام مشتریان چه زمانی خود را با کدام محصولات جدید تطبیق می‌دهند؟
۴۵۳	گذر از تنگنا: از زود پذیران تا اکثریت اولیه
۴۵۷	کانون تمرکز: انتخاب صحیح مشتریان اولیه
۴۵۸	قیمت‌گذاری محصولات جدید: نقش ساختار هزینه، عرضه و تقاضا
۴۶۲	طرح غالب: همگرایی محصول و تأثیر آن بر کسب‌وکارهای جدید
۴۶۵	استانداردهای فنی: ترغیب مشتریان به پذیرش طرح شما به عنوان استاندارد بازار
۴۶۷	نکات مهم
۴۶۷	بازاریابی در کسب‌وکارهای جدید: تکنیک‌های اثربخش و کارآمد
۴۶۸	زمینه: عاملی مهم در بازاریابی
۴۶۹	انتخاب مسیری متفاوت برای دسترسی به مشتریان
۴۷۰	استفاده از رسانه‌ها
۴۷۰	نکات مهم
۴۷۲	توانایی فردی در زمینه فروش: عنصر اصلی در بازاریابی کارآفرینانه
۴۷۳	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۴۷۳	پرسش‌هایی برای بحث
۴۷۶	تمرین عملی
۴۷۶	شناسایی نیازی واقعی برای محصولات و خدمات جدید
۴۷۶	توسعه طرح بازاریابی

مورد کاوی ۹	۴۷۷
بازاریابی در کسب و کارهای جدید	۴۷۸
پرسش‌ها	۴۸۱
فصل دهم	۴۸۳
راهبردها: برنامه‌ریزی برای کسب مزیت رقابتی	۴۸۳
دلایل اهمیت مزیت رقابتی	۴۸۷
نکات مهم	۴۸۹
شیوه‌های کسب و حفظ مزیت رقابتی	۴۸۹
راز داری: پنهان نگه داشتن شیوه‌های بهره‌برداری از فرصت‌ها از رقبای	۴۸۹
ایجاد موانع تقلید	۴۹۵
کنترل منابع لازم برای بهره‌برداری از فرصت‌ها	۴۹۶
ایجاد موانع قانونی بر سر راه تقلید	۴۹۷
ایجاد حسن شهرت	۴۹۸
نوآوری به منظور پیشی گرفتن بر رقبای	۴۹۸
ارزیابی شعور متعارف: باورهای عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی	۴۹۹
نکات مهم	۵۰۲
توسعه راهبردهای اثربخش: رویه‌هایی مفید	۵۰۳
روش‌های اخذ تصمیمات راهبردی: ذی‌نفعان و داده‌ها	۵۰۳
نقش هدف‌گذاری: فواید نگارش طرح کسب‌وکار	۵۰۴
تأثیر ساختار کسب‌وکارهای جدید و اعتماد میان گروه بنیانگذاران	۵۰۶
نکات مهم	۵۰۷
شیوه‌های بازار محور برای توسعه فرصت‌ها: اعطای نمایندگی و اعطای امتیاز بهره‌برداری	۵۰۷
به‌عنوان گزینه‌های راهبردی اثربخش	۵۰۷
حداقل‌سازی هزینه‌های بهره‌برداری از فرصت‌ها	۵۱۰
تسریع ورود به بازار	۵۱۲
بهره‌گیری از قابلیت‌های اساسی	۵۱۳
مدیریت افشاء اطلاعات در سازمان‌ها	۵۱۵
نکات مهم	۵۲۱
مدیریت اطلاعات نامتقارن و عدم اطمینان در بهره‌برداری از فرصت‌ها	۵۲۱
رشد از مقیاس کوچک	۵۲۲
تشکیل هم‌پیمانی و شراکت با شرکت‌های تثبیت شده	۵۲۵
کسب مشروعیت برای کسب‌وکارهای جدید	۵۲۸

۵۲۹	 نکات مهم
۵۳۰	 خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۵۳۲	 پرسش‌هایی برای بحث
۵۳۲	 تمرین عملی
۵۳۲	 تدوین راهبردها
۵۳۴	 شناسایی رقبا
۵۳۴	 گردآوری اطلاعات در خصوص رقبای
۵۳۵	 مورد کاوی ۱۰
۵۳۵	 راهبرد : برنامه ریزی کسب مزیت رقابتی
۵۳۸	 پرسش‌ها
۵۴۱	 بخش چهارم
۵۴۱	 فصل یازدهم
۵۴۳	 آماده‌سازی برای رشد و دستیابی به آن : راهبردهای موفقیت پایدار
۵۴۳	 چرا کسب‌وکارهای جدید در جستجوی رشد هستند؟
۵۴۶	 صرفه‌جویی ناشی از مقیاس : کاهش هزینه‌های رشد
۵۴۷	 رهبری بازار و مزایای آن
۵۴۸	 مدل منطقی کسب‌وکار : عاملی دیگر در اهمیت رشد
۵۴۸	 اندازه و بقای کسب‌وکارهای جدید
۵۴۹	 نکات مهم
۵۵۰	 چالش‌های رشد
۵۵۰	 آیا رشد به سود تمامی کسب‌وکارهای جدید تمام خواهد شد؟
۵۵۰	 محدودیت‌های رشد : قابلیت‌های مدیریتی
۵۵۲	 مدیریت چالش‌های روزمره
۵۵۳	 نکات مهم
۵۵۶	 ویژگی‌های کسب‌وکارهای جدید با سریع
	 ویژگی‌های شرکت : شرکت‌های با رشد سریع برای دستیابی به رشد چه اقداماتی انجام می‌دهند؟
۵۵۸	
۵۵۹	 اقدامات کسب‌وکار: ارزش آفرینی منحصر به فرد برای مشتریان
۵۶۰	 اقدامات مرتبط با منابع انسانی: حداکثرسازی انگیزش و تعهد
۵۶۱	 ارزیابی شعور متعارف: باورهای عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی
۵۶۳	 نکات مهم
۵۶۴	 راهبردهای رشد

۵۶۴	راهبردهای داخلی رشد
۵۶۵	توسعه محصولات جدید
۵۶۶	توسعه محصولات یا خدمات فعلی
۵۶۶	توسعه نفوذ در بازار یا جست‌وجوی بازارهای جدید
۵۶۷	به سوی جهانی شدن: پیوستن به اقتصاد جهانی
۵۶۹	به‌کارگیری روش‌های خلاق در کسب‌وکار
۵۷۰	نکات مهم
۵۷۰	راهبردهای خارجی رشد
۵۷۰	ادغام و تمکک شرکت‌ها
۵۷۲	اعطای امتیاز بهره‌بره داری، رمز دستیابی به دارایی‌های فکری
۵۷۴	همکاری‌های راهبردی و سرمایه‌گذاری‌های مشترک: نفوذ در بازار برای رشد
۵۷۶	نکات مهم
۵۷۶	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۵۷۸	پرسش‌هایی برای بحث
۵۷۹	تمرین عملی
۵۷۹	شناسایی نیازی واقعی برای محصولات و خدمات جدید
۵۸۱	مورد کاوی ۱۱
۵۸۱	زمینه‌سازی برای رشد و دستیابی به آن: راهبردهای موفقیت‌پایدار
۵۸۴	پرسش‌ها
۵۸۵	فصل دوازدهم
۵۸۵	مدیریت رشد کسب‌وکارهای جدید
۵۸۸	ایجاد سرمایه انسانی در کسب‌وکارهای جدید
۵۸۸	انتخاب کارکنان کارآمد
۵۸۹	شیوه‌های اساسی در انتخاب بهترین کارکنان
۵۹۰	انتخاب بهترین کارکنان توسط کارآفرینان
۵۹۲	استخدام کارکنان از طریق برون سپاری
۵۹۳	نکات مهم
۵۹۴	افزایش انگیزش و تعهد در کارکنان
۵۹۵	نقش کلیدی اهداف و چشم‌انداز: آرزوهای محال یا صعود به مرحله بعد
۵۹۸	ایجاد ارتباط میان عملکرد و پاداش: نقش انتظارات
۶۰۱	بازتعریف مفهوم عدالت: رکنی اساسی در انگیزش
	حفظ و نگهداری کارکنان کارآمد: چگونه می‌توان چنین کارکنانی را پس از جذب، در

۶۰۳	 سازمان نگه داشت؟
۶۰۳	 سیستم‌های یاداش: ارتباط میان حقوق پرداختی و عملکرد
۶۰۶	 ایجاد تعهد سازمانی در کارکنان
۶۰۸	 نکات مهم
۶۰۸	 همکاری‌های اثربخش برای تحقق رشد: مهارت‌های اساسی مدیریتی برای کارآفرینان
۶۰۹	 ایجاد اعتماد و همکاری
۶۰۹	 ایجاد روحیه همکاری: اعتماد و قراردادهای روان شناختی
۶۱۵	 مدیریت تعارض
۶۱۶	 علل بروی تعارض احساسی
۶۱۸	 روش‌های حل تعارض
۶۲۲	 نکات مهم
۶۲۳	 رهبری موفق: کارآفرینان به عنوان راهنما در مسیر رشد
۶۲۴	 رهبری اثربخش: برخی اجرای لاینفک
۶۲۵	 توسعه سبک رهبری اثربخش
۶۲۶	 تصمیم‌گیری اثربخش
۶۲۷	 رهبران تحول‌آفرین: بانیان و رهبران تغییرات سریع
۶۲۸	 ویژگی‌های رهبران تحول‌آفرین
۶۳۰	 تأثیر رهبران تحول‌آفرین و جگونگی پیدایش این تأثیرات
۶۳۲	 ارزیابی شعور متعارف: باورهای عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی
۶۳۳	 نکات مهم
۶۳۳	 خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۶۳۶	 پرسش‌هایی برای بحث
۶۳۶	 تمرین عملی
۶۳۶	 تعیین اهداف انگیزشی
۶۳۷	 تعیین سبک رهبری در تصمیم‌گیری
۶۳۸	 تفسیر نتایج و امتیازدهی
۶۳۹	 مورد کاوی ۱۲
۶۳۹	 مدیریت رشد کسب و کارهای جدید
۶۴۳	 پرسش‌ها
۶۴۵	 بخش پنجم
۶۴۵	 بهره‌برداری از نتایج

۶۴۷	فصل سیزدهم.....
۶۴۷	راهبردهای خروج از کسب و کار برای کارآفرینان: گام پایانی.....
۶۵۱	راهبردهای خروج از کسب و کار: برخی انواع اصلی.....
۶۵۱	فروش یا انتقال مالکیت به اعضا: جانشینی، خرید سهام با سرمایه استقراضی و طرح اعطای سهام به کارکنان.....
۶۵۲	جانشینی در کسب و کارهای خانوادگی.....
۶۵۴	خرید سهام با سرمایه استقراضی: مالکیت مدیران.....
۶۵۵	طرح های مالکیت سهام شرکت برای کارکنان: انتقال تدریجی مالکیت به اعضا.....
۶۵۷	فروش شرکت به غیر اعضا: اهمیت ارزشگذاری شرکت.....
۶۵۸	نکات مهم.....
۶۵۹	ارزش گذاری کسب و کار: آمیزه های از هنر و دانش.....
۶۶۰	روش های ترانزنامه ای.....
۶۶۰	روش های درآمدی.....
۶۶۰	روش درآمد مزاد.....
۶۶۲	روش درآمدهای سرمایه ای.....
۶۶۲	روش کاهش درآمدهای آتی.....
۶۶۳	روش ارزش بازار.....
۶۶۴	نکات مهم.....
۶۶۵	پیوستن شرکت ها به سهامی عام: فرآیندی پیچیده.....
۶۶۶	عرضه عمومی سهام: مزایای بالقوه، هزینه های بالقوه.....
۶۶۸	پیوستن به سهامی عام: گام های اساسی.....
۶۶۹	پیوستن به سهامی عام: سایر ملاحظات مهم.....
۶۷۰	انتخاب پذیره نویسان مناسب.....
۶۷۰	زمان بندی: عنصری مهم در عرضه موفقیت آمیز سهام.....
۶۷۱	تأمین الزامات قانونی برای ثبت سهام.....
۶۷۲	پس از پیوستن به سهامی عام.....
۶۷۲	پیوستن به سهامی عام: مخلص کلام.....
۶۷۳	ارزیابی شعور متعارف: باور های عامیانه در مقابل ماهیت واقعی کارآفرینی.....
۶۷۵	نکات مهم.....
۶۷۶	ورشکستگی: هنگامی که خروج از کسب و کار اختیاری نیست.....
۶۷۷	صورت های اصلی ورشکستگی.....
۶۸۰	نکات مهم.....
۶۸۱	مذاکره در مورد فروش کسب و کار ... یا هر چیز دیگر.....

۶۸۱	ماهیت اساسی مذاکره
۶۸۲	فنون مذاکره: رویه‌هایی برای کاهش اشتیاقی طرف مقابل
۶۸۳	سایر فنون برای دستیابی به توافقات مطلوب
۶۸۴	گرایش کلی نسبت به مذاکرات
۶۸۹	نکات مهم
	راهبردهای خروج و مرحله عمر کسب‌وکارها: اهداف و نیازهای متفاوت در مراحل
۶۹۰	گوناگون
۶۹۴	نکات مهم
۶۹۵	خلاصه فصل و مروری بر نکات مهم
۶۹۷	پیش‌ش‌هایی برای بحث
۶۹۸	تمرین عملی
۶۹۸	ارزش‌گذاری کسب‌وکارهای شخصی
۶۹۹	افزایش مهارت‌های مذاکره
۷۰۰	مورد کاوی ۱۳
۷۰۰	راهبردهای خروج برای کارآفرینان: گام پایانی
۷۰۲	پیش‌ش‌ها
۷۰۳	ضمیمه
۷۰۳	حسابداری برای کارآفرینان:
۷۰۳	مروری بر اصول و روش‌های اصلی
۷۰۴	مفاهیم اصلی در حسابداری
۷۰۵	روش حسابداری: چگونگی ثبت مبادلات مالی
۷۰۶	جریان رویدادهای مالی: حفظ اسناد بدهکاری و بستانکاری
۷۰۷	صورت‌های مالی
۷۰۷	جریان نقدی عملیاتی
۷۱۲	خالص جریان‌ات نقدی حاصل از عملیات
۷۱۳	خالص جریان‌ات نقدی
۷۱۴	نقش حسابداران رسمی در کسب‌وکارهای جدید

مقدمه مترجمین

مجمع جهانی اقتصاد و مرکز جهانی آموزش کارآفرینی همانند بسیاری از صاحبانظران بر این باورند که کارآفرینی، مهمترین عامل نوآوری و رشد اقتصادی است. بر این اساس امروزه آموزش کارآفرینی در اغلب کشورهای جهان پیشرفته و در حال توسعه به یکی از اصلی ترین و کاربردی ترین استراتژی های توسعه و پیشرفت اقتصادی تبدیل شده است. برای مثال در سال ۲۰۰۴ در ایالات متحده آمریکا، بیش از ۲۲۰۰ دوره آموزش کارآفرینی در بیش از ۱۶۰۰ دانشکده در دانشگاه های معتبر مانند دانشگاه هاروارد، MIT و استنفورد، با تعداد بیش از ۲۷۷ عضو هیأت علمی، بیش از ۴۴ مجله علمی - تخصصی و بیش از ۱۰۰ مرکز کارآفرینی، ارائه شده است (kuratko, 2004). لذا چشم انداز و هدف استراتژیک بسیاری از دانشگاه های معتبر دنیا تبدیل شدن به "دانشگاه کارآفرین" (نسل سوم دانشگاه ها) است. از سوی دیگر رتبه بندی ۱۰۰ دانشکده کارآفرینی و کسب و کار در ۳۶ کشور حاکی از نهادینه شدن آموزش کارآفرینی در سراسر جهان است. مطابق سیستم رتبه بندی Best-Masters.com در سال ۲۰۱۳، دانشگاه اراسموس روتردام، بایسون کالج و MIT در رتبه های اول تا سوم از نظر آموزش کارآفرینی در میان ۱۰۰ دانشگاه که MBA کارآفرینی را ارائه می نمایند، قرار داشته اند.

در ایران نیز آموزش کارآفرینی بر اساس اثین نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور «کاراد» و با تشکیل مراکز کارآفرینی در دانشگاه ها وارد مرحله ترویجی بیشتری شد و سپس در سال ۱۳۸۲ با تأسیس گروه آموزشی و در سال ۱۳۸۶ با راه اندازی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، به عنوان اولین دانشکده کارآفرینی در جهان اسلام و در خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) وارد مرحله نوین آموزشی به عنوان یک رشته دانشگاهی در مقطع ارشد و دکتری گردید. در حال حاضر، بیش از ۱۰ دانشگاه کشور (پس از تأسیس دانشکده کارآفرینی)، به امر خطیر آموزش کارآفرینی می پردازند.

به هر حال اهمیت روز افزون کارآفرینی در دنیای امروز نه فقط به عنوان رشته ای علمی یا نوعی فعالیت، بلکه به منزله سبکی از زندگی، ما را بر آن داشت تا با ترجمه اثری جامع، گامی هر چند کوچک در راه ارتقای دانش کارآفرینی در کشور برداریم. بدین منظور کتاب "کارآفرینی: رویکرد فرایندی" را ترجمه کردیم که در سال ۲۰۰۵ به رشته تحریر درآمده بود، اما پیش از چاپ، دریافتیم نسخه ۲۰۰۸ این کتاب با مضمونی کاملاً متفاوت به بازار عرضه شده است. به همین دلیل علیرغم دشواری های بسیار، مسیر طی شده را از سر گرفته و علاوه بر ترجمه نسخه جدید، برخی تصاویر را با نمونه های گویاتر جایگزین کردیم. همچنین در قسمت زیرنویس برحسب ضرورت و موضوع، گوشه هایی از تجربیات کارآفرینان ایرانی را ذکر کردیم. زیرا، بومی سازی مفاهیم به درک هر چه بهتر آنها کمک

شایانی خواهد کرد.

امیدواریم این اثر شما را در سفر پر پیچ و خم کارآفرینی، تحقق رویاهای شخصی و البته بهبود زندگی هموطنان عزیز یاری بخشد. این کتاب می‌تواند منبع اصلی و بسیار مهمی برای درس "مبانی کارآفرینی"، و حتی "رفتار کارآفرینانه" و منبع کمک درسی برای درس‌های "طرح کسب و کار" و "درس تشخیص فرصت" در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی باشد.

در خاتمه لازم می‌دانیم از تمامی کسانی که در مراحل مختلف ترجمه و چاپ این کتاب ما را همراهی کردند به‌ویژه جناب آقای دکتر یداللهی فارسی، جناب آقای دکتر اله دادی، جناب آقای جهانی، جناب آقای کریمیان، سرکار خانم شمسیان و سرکار خانم فاطمه بیگلریگی، تشکر نماییم.

محمد رضا زالی، استادیار دانشگاه تهران

رضوان ولایتی، دوره دکتری مدیریت استراتژیک